



Ajuntament
de Barcelona

Enquesta Òmnibus Municipal:

Direcció de Serveis de Comerç

Presentació de Resultats

De l'1 al 15 d'octubre de 2019

S A
CON

Registre Públic d'Enquestes i Estudis d'Opinió: r19014



Registre d'Enquestes i Estudis d'Opinió r19014

ENQUESTA ÒMNIBUS MUNICIPAL
DIRECCIÓ DE SERVEIS DE COMERÇ
PRESENTACIÓ DE RESULTATS
DE L'1 AL 15 D'OCTUBRE DE 2019

Departament d'Estudis d'Opinió - Gabinet Tècnic de Programació
Oficina Municipal de Dades

C/ Avinyó, 32, 2a planta
Tel. 934 027 918
08002 Barcelona



Protegim el Medi Ambient.

No imprimiu aquest document si no és necessari.

Tots els drets reservats. Aquesta publicació no pot ser reproduïda, ni en tot ni en part, ni registrada en o transmesa per un sistema de recuperació en cap forma ni en cap mitja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, de gravació o altres, sense el permís del propietari del copyright.



ÍNDEX

003 FITXA TÈCNICA

006 ZONES COMERCIALS

008 Compra a zones comercials

009 Zones a les que compra

011 Tipus de producte que hi acostuma
comprar

013 COMERÇ A LA CIUTAT

015 Sistema de pagament

019 Obertura dels comerços en
diumenge

020 Importància criteris compra
producte

023 PERFIL DELS ENTREVISTATS



ÍNDEX

003 FITXA TÈCNICA

005 COMERÇ A LA CIUTAT

- 007 Sistema de pagament
- 008 Obertura dels comerços en diumenge
- 009 Importància criteris compra producte

012 PERFIL DELS ENTREVISTATS



FITXA TÈCNICA

ÀMBIT

Municipi de Barcelona.

UNIVERS

Població de Barcelona de 16 anys i més.

GRANDÀRIA DE LA MOSTRA

1000 entrevistes.

METODOLOGIA

Entrevista personal realitzada amb suport informàtic (CAPI) al carrer.

PROCEDIMENT DE MOSTREIG

Mostreig aleatori estratificat. Els estrats s'han format per l'encreuament dels deu districtes municipals amb el sexe i amb l'edat dels ciutadans (l'edat es divideix en sis categories: de 16 a 24, de 25 a 34, de 35 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64 i de 65 anys i

més). S'han aplicat quotes per a cadascun dels estrats. A més, s'han establert quotes marginals per a persones en situació d'atur en cadascun dels districtes.

AFIXACIÓ

Proporcional a la població segons el Padró municipal d'habitants.

PONDERACIÓ

No és procedent.

ERROR MOSTRAL

Per a un nivell de confiança del 95,5% (2σ), i $P = Q$, l'error és de $\pm 3,2$ per al conjunt de la mostra.

DATA DE REALITZACIÓ

De l'1 al 15 d'octubre de 2019

EMPRESA DE TREBALL DE CAMP

Gesop S.L.



SIGLES

B

Base. Perfil d'enquestats que responen a la pregunta de l'estudi

N

Número de respostes. Quantitat de respostes valorades per la pregunta concreta de l'estudi. En el cas de gràfics amb evolució s'indica el nombre d'entrevistes de la darrera consulta.

R

Tipus de resposta. Possibilitat o possibilitats que s'han contemplat per a la pregunta formulada



01

Zones comercials





RESUM DE RESULTATS

ZONES COMERCIALS

COMPRA EN ZONES COMERCIALS

Acostumen a comprar a zones comercials de la ciutat el 79,2% dels/les barcelonins/es.

Principalment ho fan els/les més joves; així entre els 16 i els 24 anys ho fan el 89,8%, seguit a prop pel grup d'edat dels 25 als 34 anys (89,2%). Ho fan dones i homes pràcticament per igual.

La zona del Centre Comercial La Maquinista (13,9%), Barnacentre – El Corte Inglés de Pl. Catalunya (11,1%), el Centre Comercial de Les Glòries (9,7%), Diagonal Mar (9,3%) i Diagonal - l'Illa i el Corte Inglés de Diagonal (9,2%), són les zones on més veïns i veïnes van a comprar.

Evolució: El percentatge de compra a zones comercials supera el 71,2% de l'any passat incrementant-se en 8 punts fins al 79,2%. En aquesta edició baixen lleugerament els percentatges dels principals centres comercials en benefici d'una major distribució, per bé que en quantitats menors als principals, a altres

zones comercials de Barcelona. En aquesta edició destaca La Maquinista que baixa 5 punts, Diagonal-Illa-Corte Inglés Diagonal que ho fa en 3,1 punts mentre que l'Eix de Sant Andreu puja 5 punts.

TIPUS DE PRODUCTE

La roba i calçat i els aliments (tant fresc com la resta) són els productes que més barcelonins/es busquen a les zones comercials. Així, a la primera zona comercial que identifiquen espontàniament hi van a comprar principalment producte fresc (57,1%), seguit per roba i calçat (47,9%) i per la resta d'aliments (39,1%). A més distància compren altres productes quotidians (15,4%) i productes d'oci i cultura (5,9%). Mentre a la segona zona comercial hi van a comprar més roba i calçat (67,5%), seguit pel producte fresc (22,2%), resta d'aliments (18,3%), oci i cultura (17,9%) i electrònica i informàtica (10,1%).

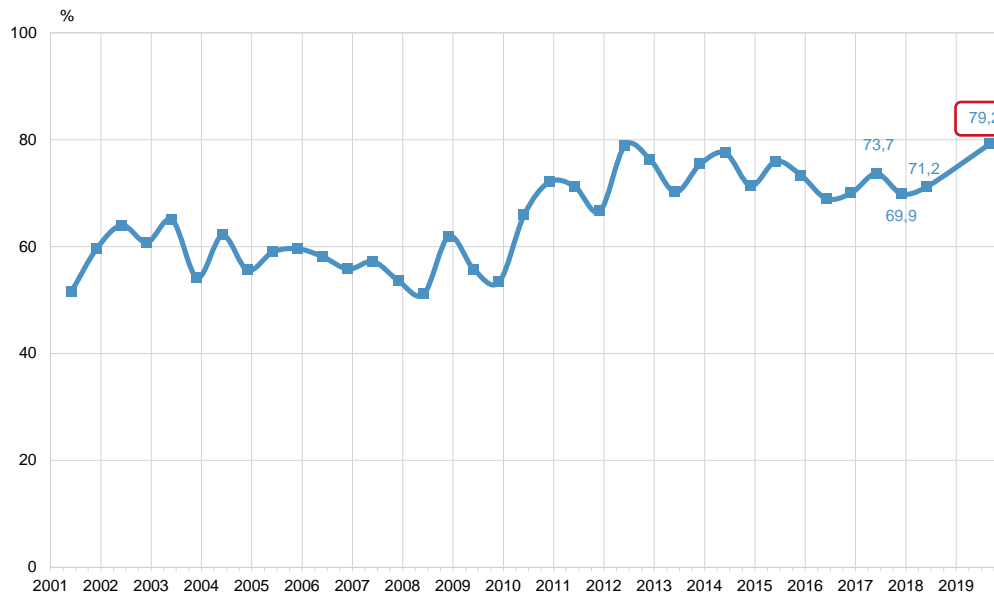
Evolució: Baixa significativament la compra de roba i calçat tant en la primera zona (24,5%) i una mica menys en la segona (7,4%).



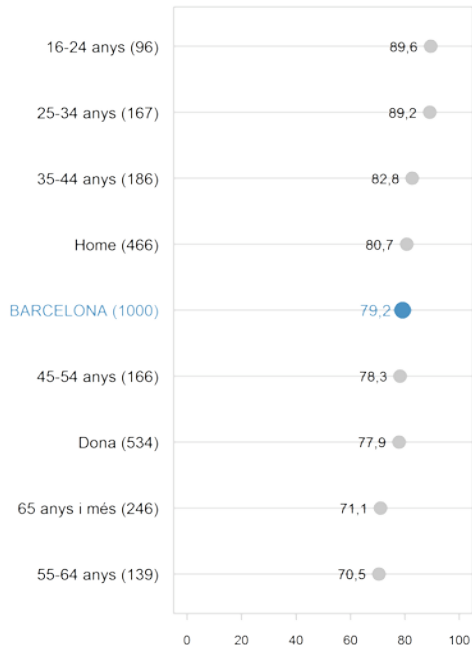
COMPRA A ZONES COMERCIALS

ZONES COMERCIALS

EVOLUCIÓ



CARACTERÍSTIQUES SOCIODEMOGRÀFIQUES



% Compra a Zones Comercials

CM_5 Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona?

N 1000
R Espontània. Multiresposta



ZONES A LES QUE COMPRA (1/2)

ZONES COMERCIALS

%	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	2019
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep
CC LA MAQUINISTA	13,7	15,7	17,7	17,8	15,0	17,4	17,0	16,8	17,9	20,2	19,2	18,3	18,8	17,5	19,2	13,9
BARNACENTRE - EL CORTE INGLÉS (PL. CAT.) *	27,1	21,1	25,3	21,3	26,3	21,5	21,9	20,3	23,0	26,9	16,5	16,1	18,7	18,4	14,1	11,1
CC GLÒRIES	10,8	10,2	13,8	12,7	10,4	11,2	10,1	9,2	12,2	10,2	7,0	6,8	10,6	12,3	12,5	9,7
DIAGONAL MAR	10,6	10,4	13,6	11,5	9,4	12,5	13,0	11,1	9,3	12,0	12,0	11,1	10,2	10,8	12,1	9,3
DIAGONAL-ILLA - EL CORTE INGLÉS (DIAGONAL) **	14,6	13,1	19,2	18,2	15,1	15,7	17,3	18,1	17,3	17,9	17,3	15,3	19,3	17,1	12,3	9,2
EIX DE SANT ANDREU	2,0	1,2	3,6	2,6	1,9	2,2	2,1	1,4	1,5	1,1	1,2	1,4	1,7	1,6	1,8	7,1
SANTS-CREU COBERTA	3,1	3,2	1,6	1,6	3,6	2,5	2,9	1,7	2,7	1,4	2,1	1,6	3,0	1,0	3,3	6,0
PASSEIG DE GRÀCIA - RAMBLA DE CATALUNYA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6,3	4,8	4,7
PASSEIG DE GRÀCIA	1,7	4,0	2,2	4,7	3,8	3,9	4,6	3,2	3,9	2,1	1,5	6,3	4,0	-	-	-
RAMBLA DE CATALUNYA - EL TRIANGLE ***	5,0	4,5	4,9	9,1	7,4	4,1	5,2	4,6	4,4	1,7	2,1	10,4	6,8	-	-	-
EIX SANTS-LES CORTS	0,8	1,3	2,0	1,4	1,3	1,4	1,8	0,3	2,0	1,5	1,3	1,1	1,1	1,0	1,5	4,5
BULEVARDS DE NOU BARRIS	0,5	0,5	0,6	0,8	1,7	0,8	0,4	0,3	0,5	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	2,2	4,4
GRAN DE GRÀCIA	1,7	1,7	2,2	2,7	3,0	1,9	2,2	1,7	2,0	3,1	0,9	2,5	2,4	3,4	3,6	4,2
DRETA DE L'EIXAMPLE	0,7	1,0	1,5	0,5	1,7	0,7	1,6	0,7	1,7	1,0	0,9	1,3	1,6	0,9	1,9	4,0
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

Notes:

* Fins al desembre de 2017, la categoria "Passeig de Gràcia – Rambla Catalunya" i "el Triangle-Carrer Pelai" eren "Passeig de Gràcia" i "Rambla Catalunya- El Triangle".

CM_5 Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona? I a quina?

N 1000
R Espontània. Multiresposta



ZONES A LES QUE COMPRA (2/2)

ZONES COMERCIALS

%	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	2019
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep
BORN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,7	1,4	3,6
SARRIÀ	0,7	0,3	1,2	0,5	0,7	0,7	0,9	0,4	0,6	0,6	0,4	0,6	0,7	0,4	1,1	3,5
EIX DE MARAGALL	-	0,1	0,1	0,1	0,8	0,2	0,4	-	0,4	0,1	-	0,2	-	0,2	0,6	3,5
SAGRADA FAMÍLIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	3,0
HERON CITY	2,2	1,7	3,9	3,1	2,0	1,2	3,4	2,3	2,3	3,1	3,4	2,2	3,6	1,6	3,6	2,9
NOU EIXAMPLE - ESQUERRA DE L'EIXAMPLE	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	2,8
POBLE NOU	0,3	0,5	0,1	0,5	0,7	0,5	0,8	0,2	0,4	0,7	0,2	0,4	0,8	0,6	0,9	2,4
GRÀCIA NOVA	0,8	0,2	0,4	0,3	0,4	-	0,6	0,8	0,3	0,4	0,8	0,1	0,6	0,5	-	2,4
EIX DEL CLOT	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	2,2
EIX D'HORTA	0,9	0,3	1,7	0,8	0,6	0,6	0,5	0,7	0,4	0,4	0,3	0,6	0,6	0,5	1,7	2,1
ALTRES	11,7	19,9	28,8	21,3	27,4	32,3	23,7	33,1	27,0	13,9	14,0	13,4	18,9	22,3	10,9	8,9
ZONES COMERCIALS FORA DE BARCELONA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3	2,6	-	-
NO COMPRA EN ZONES COMERCIALS	27,5	32,4	20,3	21,6	29,0	23,3	20,1	26,2	21,2	24,2	30,3	27,5	23,4	26,9	27,9	20,5
NS / NC	1,3	1,0	0,8	2,1	0,8	1,2	2,4	2,4	2,9	2,5	0,7	2,5	1,7	1,5	0,9	0,3
N	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)	(1000)

CM_5 Acostuma a comprar a alguna zona comercial de Barcelona? I a quina?

N 1000
R Espontània. Multiresposta



TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA COMPRAR (1/2)

ZONES COMERCIALS

PRIMERA ZONA	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	2019
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep
%																
PRODUCTE FRESC (CARN, PEIX, VERDURA, HORTALISSA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	57,1
ROBA I CALÇAT	72,7	76,7	64,9	72,2	74,4	71,5	68,6	76,3	73,3	75,6	76,8	77,4	71,1	72,3	72,3	47,9
RESTA D'ALIMENTS (EXCEPTE PRODUCTE FRESC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	39,1
ALIMENTS*	22,9	20,6	22,1	19,8	23,8	24,3	26,4	18,6	25,9	23,1	20,2	16,3	23,2	24,3	49,4	-
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS	8,7	10,1	12,3	9,4	8,8	11,9	10,3	7,8	12,1	9,7	7,2	6,4	9,0	9,9	14,3	15,4
OCI I CULTURA	31,8	30,9	16,9	19,3	31,5	24,4	20,5	21,8	22,2	30,0	20,4	19,0	21,7	21,7	7,4	5,9
PARAMENT DE LA LLAR	11,5	13,4	19,8	18,7	14,5	14,8	14,0	14,1	15,5	15,8	14,6	11,3	13,3	12,7	9,0	5,2
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA / TELEFONIA	1,4	1,2		6,9	6,0	6,4	5,6	7,4	6,2	8,6	9,8	10,5	7,0	8,0	6,0	4,3
ALTRES	1,2	1,1	1,5	0,9	0,3	0,1	3,3	0,9	2,0	2,4	1,2	1,3	0,9	0,5	0,7	0,8
NS / NC	0,8	0,9	2,7	1,7	0,3	2,2	1,3	1,1	0,9	1,4	0,7	1,0	2,0	0,1	0,3	-
N	(724)	(666)	(789)	(763)	(702)	(749)	(777)	(722)	(763)	(737)	(689)	(702)	(759)	(722)	(712)	(792)

- Notes:
Al 2019 s'han dividit els "aliments" en "producte fresc" i "resta d'aliments"



TIPUS DE PRODUCTE QUE HI ACOSTUMA COMPRAR (2/2)

ZONES COMERCIALS

SEGONA ZONA

%	2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018		2019
	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Des.	Juny	Sep	
ROBA I CALÇAT	71,9	71,3	60,7	64,5	74,8	69,1	61,1	76,9	74,1	73,6	70,3	76,1	76,1	69,7	74,9	67,5	
PRODUCTE FRESC (CARN, PEIX, VERDURA, HORTALISSA)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	22,2
RESTA D'ALIMENTS (EXCEPTE PRODUCTE FRESC)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18,3
ALIMENTS*	17,3	15,7	18,2	10,3	17,2	17,5	19,5	15,1	17,8	19,9	16,5	11,6	19,0	15,5	30,6		
OCI I CULTURA	26,5	23,7	19,8	26,6	27,8	27,6	26,7	20,9	24,7	25,3	26,2	21,7	19,2	23,1	12,7	17,9	
ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA	3,1	1,0	0,2	9,9	7,1	7,3	6,2	8,4	5,8	9,2	11,4	11,3	5,4	6,9	9,0	10,1	
ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANIS	7,4	6,0	8,2	4,7	7,1	7,4	5,2	5,8	8,4	10,1	3,5	6,0	7,3	8,9	10,0	8,0	
PARAMENT DE LA LLAR	8,6	12,3	21,1	23,3	15,3	17,3	13,6	15,8	16,3	15,8	14,5	12,5	10,6	12,0	10,9	7,3	
ALTRES	1,5	3,3	2,2	0,8	0,5	3,0	11,0	0,9	2,7	3,4	1,2	0,3	0,7	2,1	0,5	1,9	
NS / NC	2,5	2,3	3,7	1,4	0,2	1,3	1,4	0,6	1,8	0,7	0,4	2,5	1,8	1,4	0,5	0,2	
N	(324)	(300)	(511)	(485)	(424)	(440)	(414)	(348)	(486)	(414)	(266)	(326)	(397)	(374)	(402)	(464)	

- Notes:
Al 2019 s'han dividit els "aliments" en "producte fresc" i "resta d'aliments"



02

Comerç a la ciutat



RESUM DE RESULTATS

COMERÇ A LA CIUTAT

SISTEMA DE PAGAMENT

L'ús de la targeta de crèdit/dèbit és el sistema preferit per realitzar els pagaments en tots els tipus d'articles i es comença a introduir el pagament amb el mòbil/app's, mentre l'efectiu veu reduït el seu ús. Així, en les compres més habituals, com els aliments, on l'efectiu era el preferit, en aquesta onada el producte fresc el paguen el 50,2% amb targeta i el 4,8% amb el mòbil, mentre l'efectiu en representa el 42,1%. A partir d'aquesta pauta en el producte fresc, on el pagament en efectiu té el seu màxim percentatge, les diferències entre el pagament amb targeta / mòbil-app's i l'efectiu s'incrementen segons el tipus de producte. Veiem que aquesta diferència es màxima quan es tracta de pagar productes d'electrònica i informàtica, on el pagament en efectiu representa el 13,8%, seguit pel pagament en articles de parament de la llar amb el 17,8%. El pagament per mòbil es situa al voltant del 5%.

Evolució: L'efectiu ha deixat de ser el mitja de pagament majoritari en els tipus d'article on encara ho era (aliments i quotidià no alimentari) confirmant la tendència observada l'any anterior. La major diferència interanual en el seu ús es registra en els productes d'oci, on baixa 7,4 punts, seguit pels articles quotidians no alimentaris, amb pèrdua de 4,3 punts.

OBERTURA COMERÇOS DIUMENGE

Un 46,1% dels/les veïns/es de Barcelona està en contra de l'obertura dels comerços en diumenge mentre un 43,9% hi està a favor.

Evolució: Les opinions en relació a l'obertura és mantenen en nivells similars en aquesta onada. Des de setembre de l'any 2014 s'ha anat reduint el percentatge de persones amb opinió neutral optant per estar a favor o en contra. Ara les postures estan dividides amb petites variacions des del 2017 amb tendència a igualar-se. L'increment de les posicions a favor registra

petits increments contents i es recolzada en major mesura per la població més jove.

CRITERIS COMPRA PRODUCTE

El principals criteris en importància l'hora de comprar un producte són la qualitat (96,4%), i el preu (89,3%). I el criteri amb menor importància relativa, és que el producte sigui ecològic (64,8%).

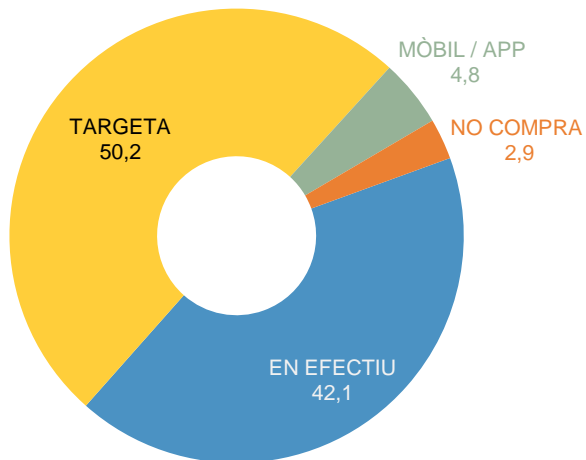
Evolució: Enguany hi ha factors que han perdut importància a l'hora de realitzar la compra, com que el producte sigui de proximitat, que incrementa 4,1 punts en la valoració negativa "poc/gens important", o el compromís social de productor/a, que ho fa en 4,3 punts.



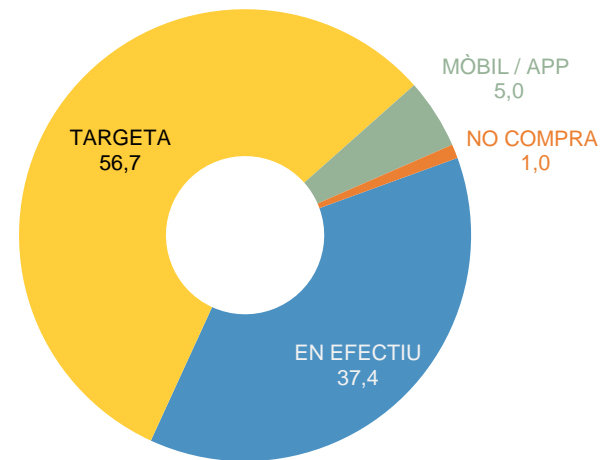
SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ A LA CIUTAT

PRODUCTE FRESC
(Carn, peix, verdura...)



RESTA D'ALIMENTS
(Excepte producte fresc)



CM_11 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/debit?*

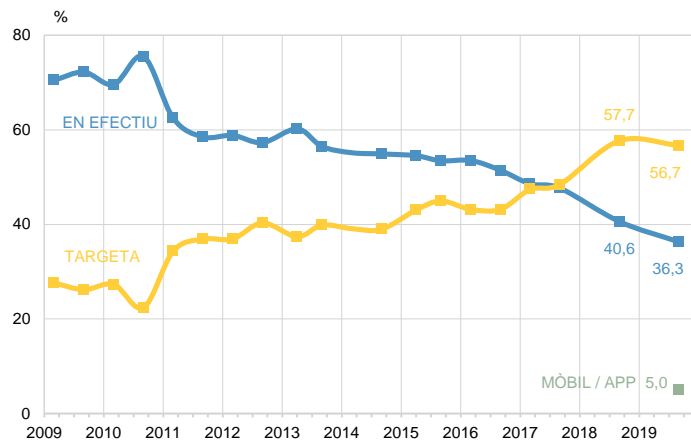
N 1000



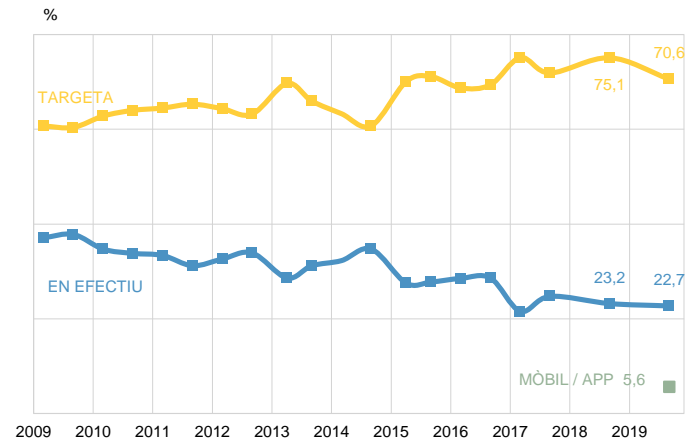
SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ A LA CIUTAT

ALTRES PRODUCTES QUOTIDIANS
(Productes de neteja, higiene personal)



ROBA I CALÇAT

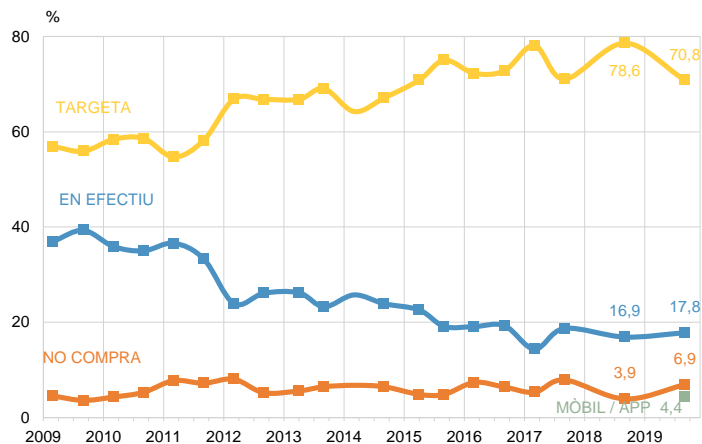




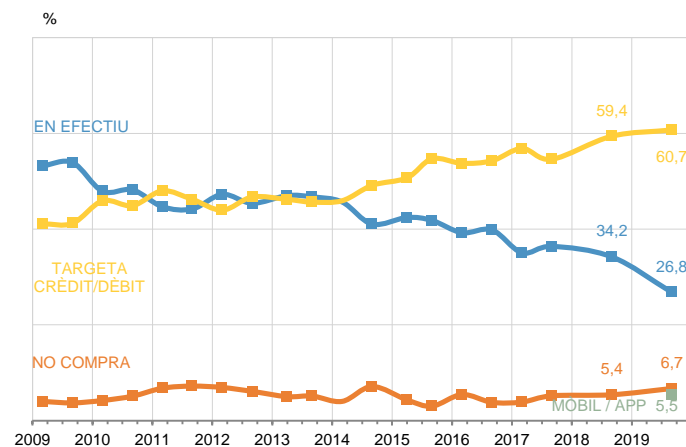
SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ A LA CIUTAT

PRODUCTES DE PARAMENT DE LA LLAR



PRODUCTES D'OCI
(Llibres, cd, jocs)

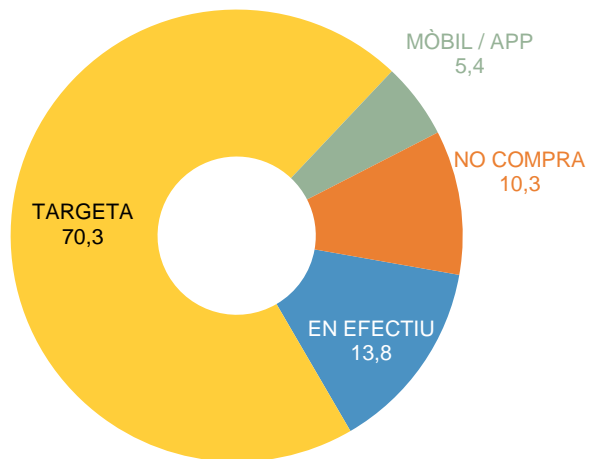




SISTEMA DE PAGAMENT

COMERÇ A LA CIUTAT

ELECTRÒNICA / INFORMÀTICA



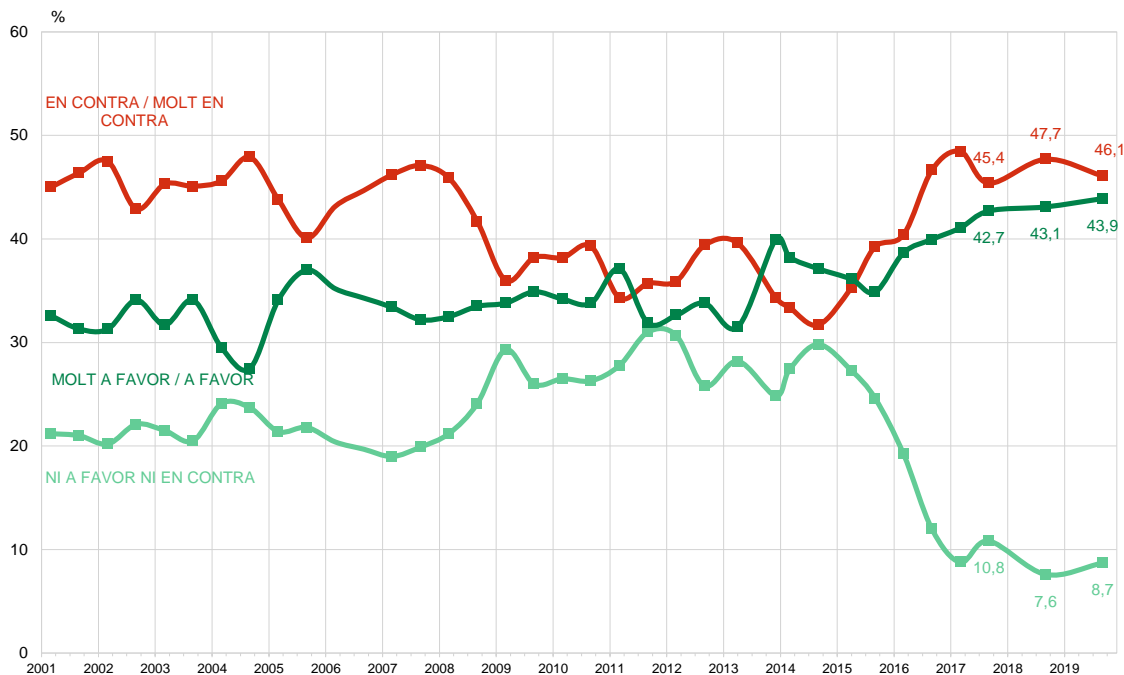
CM_11 *Quan va a comprar cadascun dels següents articles que li llegiré, vostè paga en efectiu o targeta de crèdit/dèbit?*

N 1000



OBERTURA DELS COMERÇOS EN DIUMENGE

COMERÇ A LA CIUTAT



CM_12 En quina mesura està a favor o en contra de l'obertura dels comerços en diumenge?

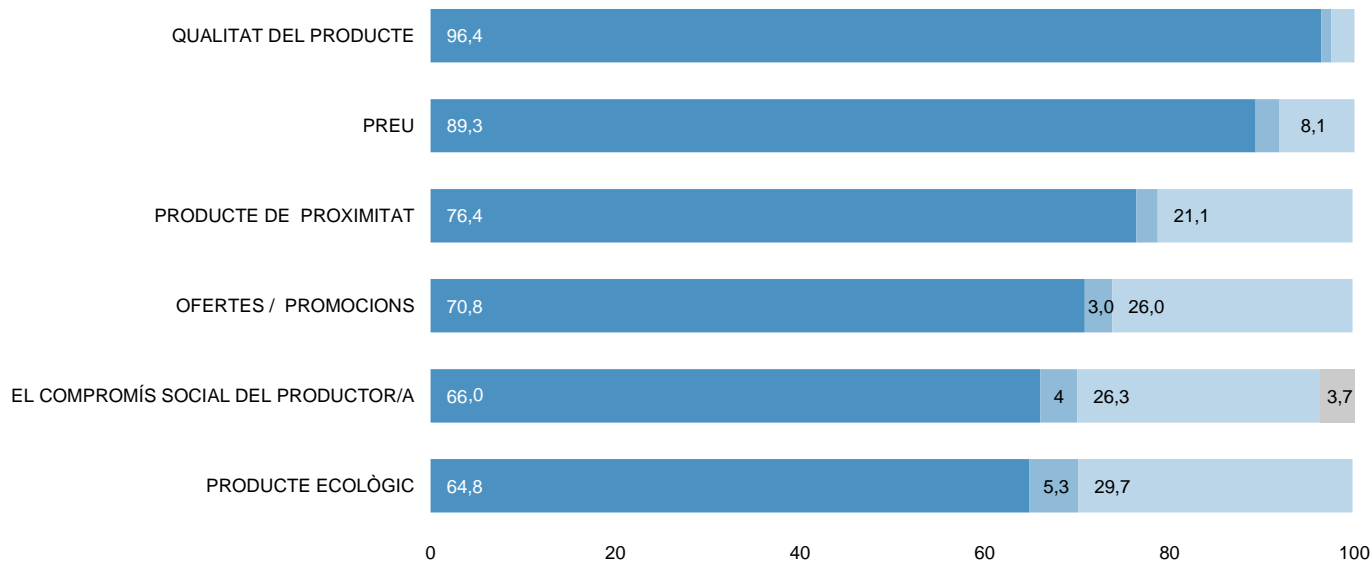
■ 1000

* A l'onada de setembre de 2013 i des del setembre del 2015 no es llegeix l'opció de resposta "Ni a favor ni en contra".



IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE

COMERÇ A LA CIUTAT



CM_13 A l'hora de comprar un producte considera aquests criteris molt, bastant poc o gens importants?

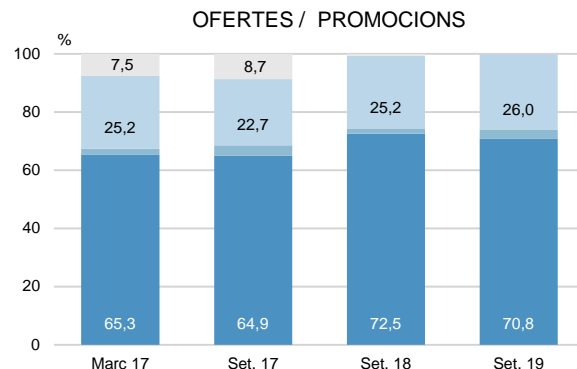
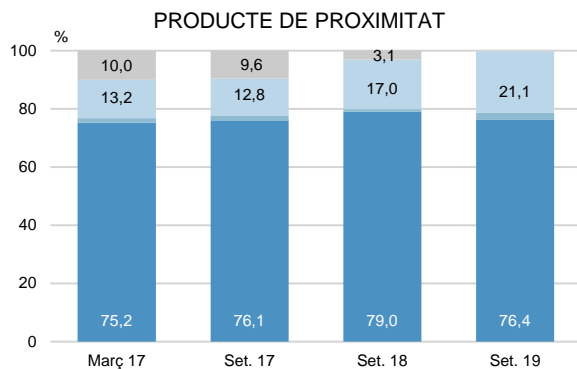
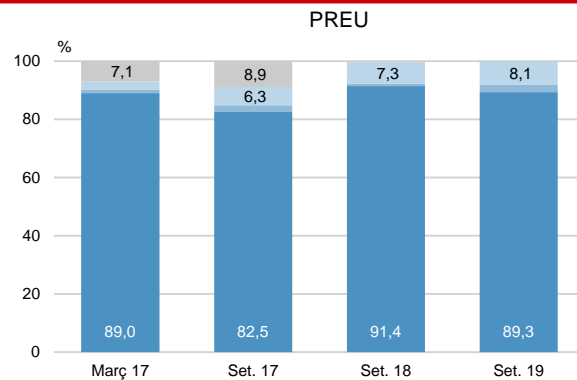
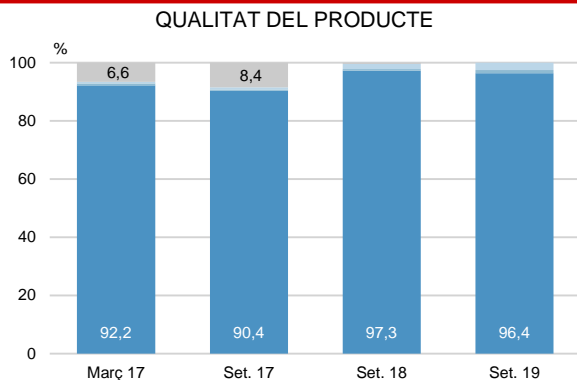
N 1000

■ Molt / Bastant important ■ Poc / Gens important
■ Regular ■ Ns / Nc



IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE EVOLUCIÓ

COMERÇ A LA CIUTAT



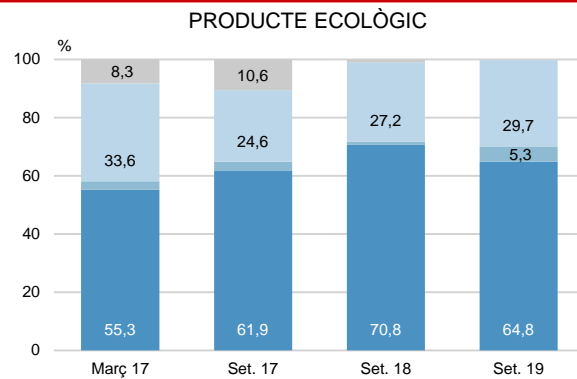
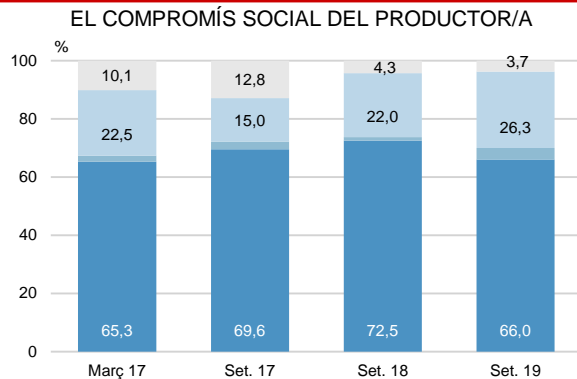
CM_13 A l'hora de comprar un producte considera aquests criteris molt, bastant poc o gens importants? N 1000

■ Molt / Bastant important ■ Poc / Gens important
■ Regular ■ Ns / Nc



IMPORTÀNCIA CRITERIS COMPRA PRODUCTE EVOLUCIÓ

COMERÇ A LA CIUTAT



CM_13 A l'hora de comprar un producte considera aquests criteris molt, bastant poc o gens importants?

N 1000

■ Molt / Bastant important ■ Poc / Gens important
■ Regular ■ Ns / Nc



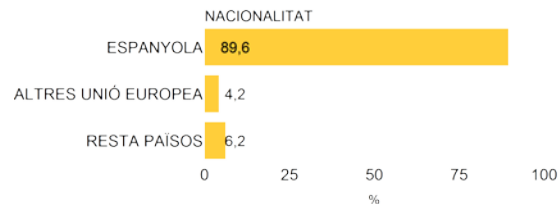
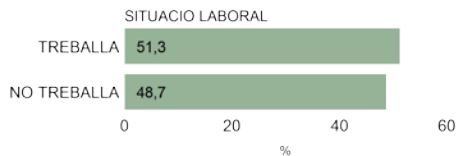
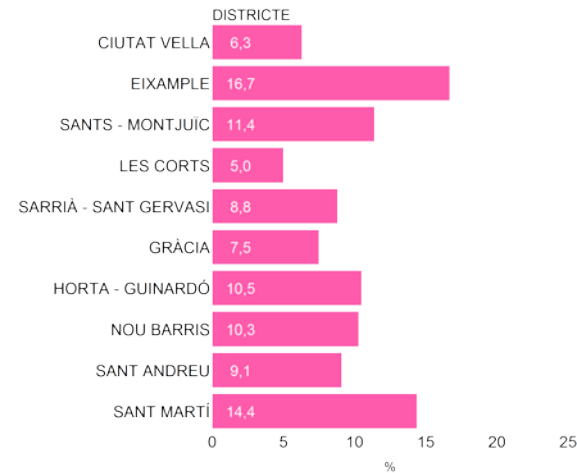
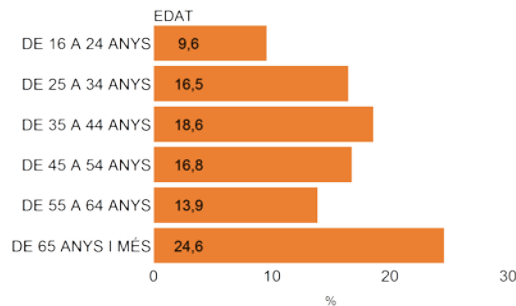
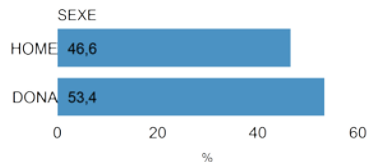
03

Perfil dels entrevistats



QUOTES

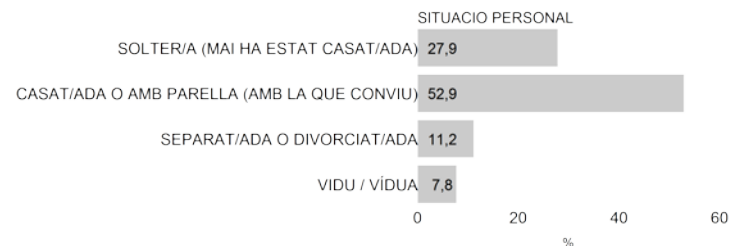
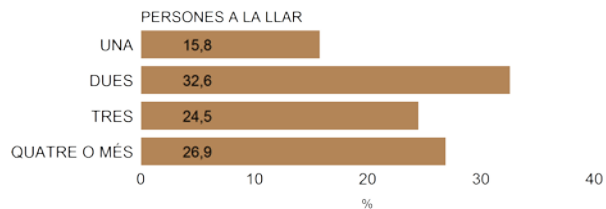
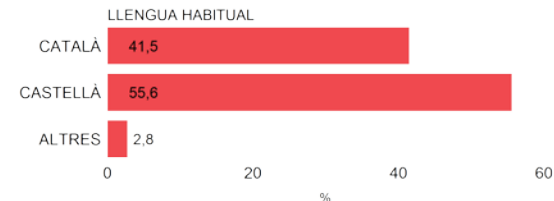
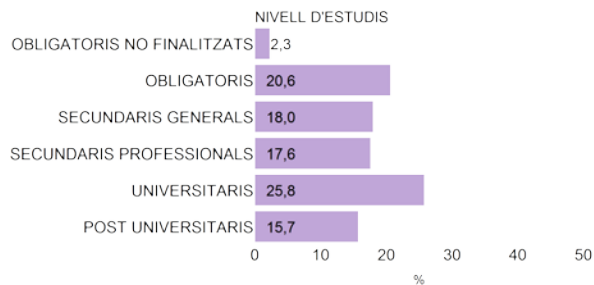
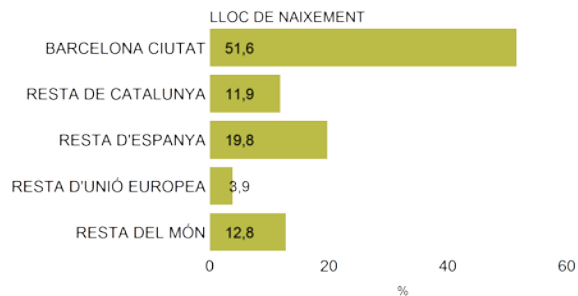
PERFIL DELS ENTREVISTATS





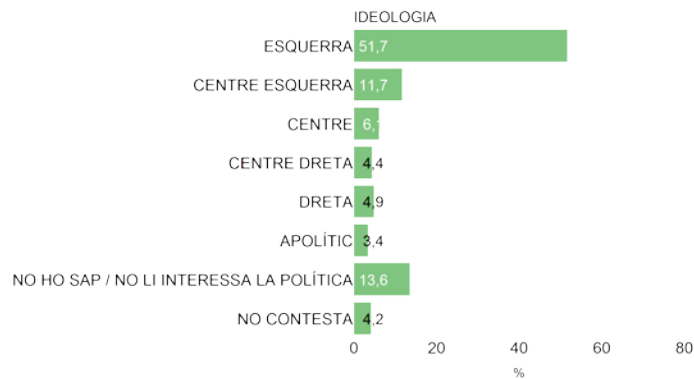
POSICIONAMENT I DADES PERSONALS

PERFIL DELS ENTREVISTATS

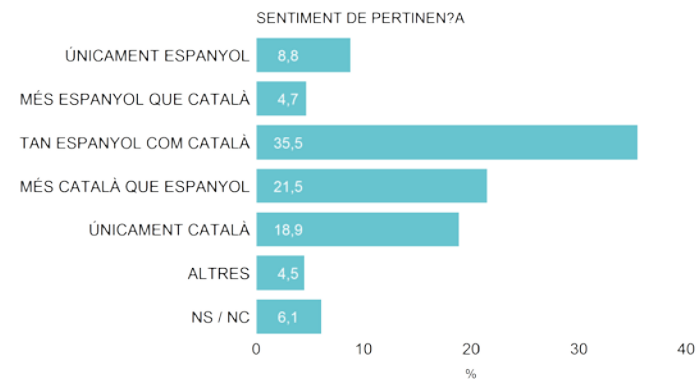




DADES PERSONALS



PERFIL DELS ENTREVISTATS





ENQUESTES I ESTUDIS D'OPINIÓ

Aquests estudis sociològics permeten determinar les prioritats de la població, conèixer la realitat social, saber com es valora l'activitat i els serveis municipals, i esbrinar l'opinió sobre l'actuació política municipal.



Pla
d'Estudis Sociològics



Sèrie
d'Avaluació Contínua



Enquestes
de Sistemes de Qualitat



Investigació
de Comunicació



Estudis
Ad-Hoc



**Ajuntament
de Barcelona**

